

СВЕТСКИЕ СЛУХИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ: СТИЛИСТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ ЖАНРОВО-ДИСКУРСИВНОГО «ПОРТРЕТА»

Г.Ш. Хакимова

*Южно-Уральский государственный университет, филиал в г. Златоусте,
г. Златоуст, Россия*

Статья посвящена описанию стилистического аспекта англоязычного массмедийного жанра светских слухов (*celebrity gossip*). Исследование текстотипа производится в контексте интенционального подхода в рамках дискурсивной парадигмы. Стилистическая специфика исследуемого жанра определяется полиинтенциональностью, выражаемой совокупностью интенций (информирующей, рекреативной, гедонистической, воздействующей, оценочной), обеспечиваемых широкой ресурсной базой лингвостилистических средств. Интенция информирования обуславливает гибридный характер текстовых реализаций жанра посредством сочетания дейктиков эвиденциальности и эпистемической модальности, характерных для информационных медиажанров, с эвиденциальными маркерами слухов, являющимися проводниками модуса неопределенности. При реализации рекреативной и гедонистической функций, выделенных в качестве ведущих, наблюдается конвергенция стилей, выражаемая в стилистической разнородности лингвистических ресурсов, диапазон которых простирается от элементов книжно-письменной речи до коллоквиальных единиц, в том числе табуированной лексики, принадлежащих бытовому дискурсу. Главной коммуникативной характеристикой репрезентантов жанра выступает диалогичность, которая обуславливается в том числе воздействующей и оценочной авторскими целеустановками и проявляется в активном внедрении личностного авторского начала. В изучаемые журналистские дискурсивные практики интегрируются признаки устного личностно-ориентированного общения, отмеченного зачастую гипертрофированной степенью эмотивности. Такой эффект достигается обильным использованием широкого диапазона персуазивных стилистических ресурсов всех уровней языковой системы. Среди задействованных стилистических приемов и выразительных средств языка наиболее частотными выступают тропы, эмоционально-экспрессивно-оценочная лексика, многочисленные элементы аффективного синтаксиса, обладающие высоким суггестивно-манипулятивным потенциалом. Наблюдаемые особенности свидетельствуют о важнейшей типформирующей роли функционально-стилистического аспекта в дискурсивном «портрете» жанра светских слухов, бытующих в коммуникативном пространстве англоязычных массмедиа.

Ключевые слова: светские слухи, жанр, стилистический компонент, лингвостилистические средства, интенция, диалогичность.

Объектом настоящей статьи является жанр медиаслухов, широко представленный в современной англоязычной прессе прежде всего в виде текстовых реализаций рубрики *celebrity gossip*, обозначенных нами как *светские слухи*. Эмпирическим материалом послужили 300 текстовых репрезентаций избранного жанра, размещенных в электронных версиях англоязычных периодических изданий, относящихся к категории таблоидов и желтой прессы. Изучение текстотипа проводилось на основе классического методологического треугольника: содержание – форма – функция. В жанроведении в рамках учения о речевых жанрах М.М. Бахтина предусматривается трехкомпонентная модель жанра, включающая «тематическое содержание, стиль и композиционное построение» [1, с. 159]. Результаты исследования содержательного (тематического) и формального (структурно-композиционного) уровней архитектоники исследуемого текстотипа были изложены в статье [5].

Предметом изучения в данной работе избран функционально-стилистический компонент жанра

слухов о селебрити, типичного для дискурса англоязычной прессы. Соответственно, цель принятого исследования заключается в выявлении специфики прагматилистического аспекта речевого жанра медиаслухов о селебрити и его роли в формировании интенциональности репрезентирующих его текстов. Методологической основой послужил дискурсивно-ориентированный подход, основным методом которого является дискурс-анализ, объединяющий различные научные школы и интегрирующий их аналитические процедуры, методы и методики [7].

Поворот теории публицистического стиля, разработанной в рамках функциональной стилистики в сторону интенционального подхода в частности и дискурсологии в целом, в результате чего возникли новые, более широкие понятия медиастилия и медиадискурса [3], детерминировал особую роль стилистики при осмыслении обширного пространства и категорий медиадискурса. Важность и особый статус стилистического аспекта признается настолько высоким, что предлагает-

ся закрепить его выделением медиастилистики в качестве самостоятельной научной дисциплины [6]. И это предложение видится не лишенным основания, поскольку результаты настоящего исследования показывают типформирующую роль функционально-прагматического фактора, в основе которого лежит стилистическая составляющая, обладающая серьезным жанрообразующим потенциалом в процессах конструирования медийных текстов-слухов о селебрити, бытующих в пространстве англоязычного массмедийного дискурса.

«Выбор – основная задача именно стилистики. И выбор априори креативен. Но креативное стилистическое поведение журналиста ограничивается заданным форматом издания, его типологической нишей (качественное, массовое или желтое издание), его идеологией (в широком смысле слова), а также жанровой и дискурсной интенцией. Таким образом, формируется особая интенциональность медиастилиа, в котором креативность «вписана» в заданные рамки медийных форматов» [6, с. 73]. Как показывает анализ жанрового «портрета» светских слухов, иллюкативный потенциал репрезентирующих их текстов охватывает диапазон доминантных коммуникативных задач, размещающийся между реализацией фатической и информативной функций, вырастающих из интеграции первичного речевого жанра разговорно-бытового дискурса и вторичного – журналистского – жанра институционального массмедийного дискурса, что отнюдь не исключает комплекса частных интенций, реализуемых отдельными текстовыми конкретизациями. Полиинтенциональность жанра *celebrity gossip* можно выразить общей формулой «информирование + развлечение», реализация которой поддерживается всеми компонентами жанра, тесно связанными между собой: тематическим, структурно-композиционным и, несомненно, стилистическим.

Установка на информирование обуславливает амбивалентность лингвистической ресурсной базы, поскольку проявляет черты, типичные для языкового наполнения информационно-новостной группы медиажанров, но также воплощает характеристики, свойственные исключительно жанру светских слухов. В связи с этим на лексико-семантическом уровне широко эксплуатируются языковые элементы, подчеркивающие объективно-документальный характер передаваемых сведений. К ним относятся прежде всего дейктики эвиденциальности и эпистемической модальности, соответственно фиксирующие источник информации и отражающие степень уверенности автора в достоверности выражаемых пропозиций: репортажные глаголы (*say, tell, inform, report, quote, confirm, assert, admit, etc.*), собственно журналистские штампы (*according to, per the report*). Вместе с тем обнаруживается устойчивое присутствие ряда лексико-семантических ресурсов, присущих сугубо жанру светских слухов. Обязательную часть тек-

стового инварианта составляют эвиденциальные маркеры слухов, являющиеся проводниками модуля неопределенности и представленные различными средствами английского языка:

- устойчивые фразы-связки в виде клише, предикативные сочетания, словосочетания и основанные на метафорах ФЕ, эксплицирующие концепт «слух»: *the word (rumour, legend) has it, it is rumoured, based on a handful of tabloid rumors, there have been rumors/theories, rumours suggest/surface, the rumor grew legs quickly, spark rumors (buzz), according to reports/rumours, set tongues wagging, fuel speculations, swirling speculations/allegations, tabloid rumor mill, a complete fabrication, filled with the kind of gossip and scandal, the buzz predict, etc;*

- языковые единицы, указывающие на неопределенный, анонимный, нереферентный источник передаваемой информации, что обуславливает её неverifiedность, неподтвержденность, неэвидентность среди которых к наиболее частотным можно отнести следующие: *an insider, a (anonymous) source(s) (for, close to, familiar with), a pal, a spy, a rep, an informant, a member of the team, a close friend, a certain man, some folk, a snitch, a resident (of), unclear origin, allegedly, apparently, reportedly, allegation, speculation, assumption, report, claim, speculate, appear, suggest, allege, hint, be quoted as saying.*

Поскольку практически все медиатексты-слухи отличаются стремлением к сенсационности и оперативности, к языковому ядру исследуемого текстотипа можно причислить и активно внедряемые продуцентами подобных текстов номинации, атрибутивные квалификаторы и ФЕ, эксплицирующие концепт «сенсация» или включающие семантический компонент сенсационности или скандальности, и являющиеся мощным персуазивным ресурсом в плане эмоционального воздействия: *scandal, sensation, brouhaha* (a noisy stir or wrangle; hubbub; uproar; commotion [9]), *rumbly, bombshell* (something which arouses great interest or excitement; sensation [9]), *killer (slang, an extremely successful, impressive, exciting, etc. person or thing [9]), surprise, scandalous affair, juicy info, hot/stunning news, the newest rumor, latest scandalous gossip/saga, exclusive (adjective noun, an exclusive is an exclusive article or report [9]), hot (adjective noun, [journalism], a hot issue or topic is one that is very important at the present time and is receiving a lot of publicity [9]), breaking news, hype (disapproval, the use of a lot of publicity and advertising to make people interested in something such as a product [9]), dynamite* (If you describe a piece of information as dynamite, you think that people will react strongly to it [9]), *be embroiled in scandals and controversy, consume minds with curiosity, grab/make headlines, go viral, hit the press/the news, keep tabloids in business, become tabloid fodder, follow hot on the heels of the story, have a field day (of the press), stun.*

Наконец, обязательными элементами исследуемых дискурсивных практик являются узуально-

клишированные сочетания, оценочные предикаты, демонстрирующие тематическую соотнесенность с устойчивыми топиками медиаслухов о селебрити: *A-list star/celebrities/duo, (Hollywood) A-lister, stunning entertainer, famed pop singer/socialite/songstress* (Journalists sometimes refer to a female popular singer as a *songstress* [9]), *huge icon of music, acceptance speech, publicity stunt, baby bump (informal, visible signs of pregnancy, noticeable abdominal swelling in a pregnant woman. Usage notes: Frequently used in tabloid coverage of celebrities [11]), be/stay in the spotlight, shoot to stardom, a secret love child, boy toy, an old lover, celeb love rumor, celebrity romance, whirlwind romance, celeb love duo, amorous couple, Hollywood's golden couple, high-profile divorce/split, political scandal, cheating scandal, affair allegation, divorce scandal, sex scandal, sexual assault, abuse scandal, sexual misconduct/misdeed, exchange some PDA, be an item, tie the knot, welcome a baby, tangle up in a feud, keep a low profile.*

Морфолого-синтаксический уровень отмечен наличием многоэлементных лексических соединений: сложных слов нестойкого типа (окказиональных многочленов), несколькокомпонентных синтаксических структур (атрибутивных сочетаний), типичных для информационно-новостных материалов массовой медиа (*the too-crazy-to-be-true story, the long-in-the-tooth tale, former actress-turned-duchess, the child-actor-turned-metal-band-singer, the recession-era property-porn documentary, year-long romance with an as-yet-unidentified man, spotted Hiddleston-less, etc.*)

Особой приметой текстов светских медиаслухов является обилие культураносной лексики, содержащей номинации различных прецедентных феноменов, характерных для британской и американской культур в целом или связанных с личной жизнью и профессиональной деятельностью персонажей в частности: персоналий, названий фильмов, песен, музыкальных альбомов, конкурсов, телепроектов и пр. Особый интерес в рамках стилистического анализа вызывает их включенность в состав многокомпонентных сочетаний, задействующих прием аллюзии в виде перифраза, без понимания которых невозможна полноценная, качественная интерпретация текстов (*Trump's right-hand woman, the Oscar-worthy film, the Oscar-winning star, the two-time Grammy winner, the Formula One star, the Shake It Off singer, the 35-year-old Night Manager star, the "212" rapper, etc.*) Указанная языковая маркированность на лексическом уровне эксплицирует отсылки исследуемых текстов к иным культурным текстам и явлениям и типологически характеризует их как тексты, отмеченные высокой степенью интертекстуальности, а содержащиеся в них специфические национально-культурные смыслы – как относящиеся к глубинному, когнитивному слою их семантики.

Направленность на реализацию рекреативной и гедонистической функций детерминирует стили-

стическую разнородность лингвистических ресурсов, задействованных в репрезентациях жанра медийных слухов о селебрити. Это проявляется в смешении однословных единиц, свободных сочетаний и ФЕ, относящихся к различным функциональным стилям и дискурсам, диапазон которых простирается от книжно-письменной речи, литературного стиля, научного дискурса, например, *tryst (archaic or literary, an appointment to meet, esp secretly [9]), plethora (formal, A plethora of something is a large amount of it, especially an amount of it that is greater than you need, want, or can cope with [9]), ladies' man ((old-fashioned), If you say that a man is a ladies' man, you mean that he enjoys spending time socially with women and that women find him attractive [9]), transformative time, PR disasters, estate mogul, nuptials, the mechanics of meltdown, enter the world (of a newborn baby), nail fake smiles, opulent pad (formal, Opulent things or places look grand and expensive [9]), womb (obsolete, the belly [9]), public display of affection, catalyze (formal, If something catalyzes a thing or a situation, it makes it active [9]), deem (formal, If something is deemed to have a particular quality or to do a particular thing, it is considered to have that quality or do that thing [9]), до стилистически сниженных, просторечных языковых единиц, принадлежащих разговорно-бытовому стилю. Последние варьируются между коллоквиальными элементами и жаргонной лексикой, включающей слэнг, вульгаризмы, табуированную лексику (в некоторых таблоидах с пометой в конце статьи *Warning: Explicit language*). Это подтверждает тезис многочисленных исследователей массмедийного дискурса о том, что в сфере массовой коммуникации проявляется устойчивая тенденция к сближению устно-разговорной и книжно-письменной речи, причем структуры устной речи оказывают все большее влияние на развитие всего строя языка СМИ. Можно заключить, что при изложении информации в рамках дискурсивных практик, характерных для жанра светских слухов, эта тенденция достигает своего апогея благодаря активизации жаргона, сленга и даже включению обценной лексики при выборе медийных средств с целью привлечения внимания и воздействия на реципиентов. Последняя чаще всего встречается в приводимых в текстах цитатах «героев» и служит не только в качестве источников информации, но и дополнительным средством описания «мишени» слуха, характеристики ее личности. Например, цитирование в тексте *Azealia Banks says she was roofied and raped* [13] высказываний американской певицы Азилии Бэнкс является очевидным тому подтверждением: *I'm just like sitting here like feeling f-king low and sh-t... I just want to f-king disappear right now. Men can just prey on you and f-king like badger you, force you to say yes... to the point where you feel like you gave consent but you didn't give sh-t. You never wanted to do sh-t... someone really just got the f-king best of me.* Прямая*

речь знаменитой персоны создает эффект её присутствия, непосредственного с ней общения, обеспечивая тесный контакт с адресатом. А целый ряд цитируемой бранной лексики усиливает экспрессивно-эмотивный аспект публикации, внося свой вклад в реализацию воздействующей и оценочной функций.

Наблюдаемый множественный интенциональный эффект достигается также использованием эмоционально-экспрессивно-оценочной лексики, относимой к художественным средствам и способствующей подчеркиванию той или иной тональности и усилению смысловой составляющей текста. Более того, аффективы рассматриваются как эмоциональные усилители, нацеленные на ценностные установки аудитории, и как слова, оказывающие суггестивное воздействие на реципиентов посредством частичной или полной блокировки их рационального сознания [2, с. 142–147].

В светских слухах предметом обсуждения могут стать как положительные, так и отрицательные моменты из жизни знаменитых «героев». Но в силу самой природы сплетен (о благовидном не сплетничают) в фокусе внимания таких сообщений чаще оказываются неодобряемые поступки и щекотливые ситуации, в которые попадают селебрити и которые немедленно предаются огласке и соответствующей оценке. В связи с этим в данном коммуникативном поле акцентируются отрицательные эмоции (тревоги, страха, гнева, презрения, осуждения, омерзения и пр.), явно исходящие из желания адресанта как ретранслятора слуха, эмоционально воздействуя на адресат, склонить его к определенной оценке передаваемого, что, в сущности, может быть также установлено в качестве одной из доминантных интенций производителей такого рода текстов. Очевидным здесь является тот факт, что данная целеустановка напрямую связана с прескриптивной функцией слухов и сплетен, функцией социального контроля. Эмотивность и экспрессивность приобретает гипертрофированные формы благодаря приему гиперболизации, что создает в рамках текста почву для формирования определенной аксиологической модальности, варьируемой в рамках широкой амплитуды: от негативной оценки до крайне агрессивной степени подачи информации. Одним из основных стилистических дейктиков является отрицательно заряженные эпитеты-коннотативы, призванные выполнять двоякую иллокутивную функцию: поддерживать внимание адресата, подогревая интерес к передаваемой информации, и эмоционально воздействовать с целью формирования определённого отношения адресата к событию, происшествию, состоянию.

Типичным образцом жанра в смысле представленного стилистического разнообразия лексико-семантических средств, «вплетаемых» в композицию текста, приводя к глубоким смысловым импликациям, предстает следующая публикация.

Tom Hiddleston is SICK of feeling like Taylor Swift's 'glorified escort'

COULD the whirlwind romance between Taylor Swift and Tom Hiddleston be about to hit the buffers?

The British actor is said to have grown tired of the circus that surrounds them – and is demanding the singer makes some wholesale changes or he'll pull the plug.

"Tom can't deal with being a laughing stock and has told Taylor he's done unless there's a 360-degree change on her part," a source apparently told US website Radar Online. "It has become a total charade and Tom is sick of being treated like a glorified escort. Tom is just done with it."

The pair have been inseparable since going public with their relationship in the summer and have already been introduced to each other's parents.

Earlier this year the 35-year-old poured scorn on doubters who had suggested the romance was purely for show: "The truth is Taylor Swift and I are together and we're very happy."

The news follows hot on the heels on the story that they had their first major argument recently with website US Weekly reporting it had stemmed from them spending too much time apart.

They were due to attend next month's Emmy Awards in LA together, with Tom nominated for hit show The Night Manager, but time will tell if they make their red carpet debut as a couple [11].

В данной статье ярко демонстрируется коммуникативно-функциональный потенциал стилистической принадлежности языковых единиц, важный при характеристике изучаемого текстотипа. Результирующим эффектом указанного свойства становится высокая эмотивность и экспрессивность содержания публикации, продиктованная стремлением автора к неоправданной для банальной ситуации сенсационности. Автор статьи прибегает к широкой палитре стилистических средств, воздействующих на адресата с целью подведения его к определенной оценке события и «героев» (романа между британским актером Томом Хиддлстоном и американской селебрити Тейлор Свифт). К этим ресурсам относятся:

1) узуально-клишированные сочетания, способствующие «узнаванию» текстового канона: *hit show, red carpet debut, whirlwind romance, to be hot on sb's heels*;

2) коллоквиальные ЛЕ и идиомы сниженной тональности: *circus (informal, noisy or rowdy behaviour; a person or group of people whose behaviour is wild, disorganized, or (esp unintentionally) comic [9]), sick (informal, disgusted or weary, esp because satiated [9]), hit the buffers (informal, to finish or be stopped, esp unexpectedly [9]), to pull the plug (informal US, to put an end to something [14])*;

3) литературные ЛЕ и оценочные ФЕ с семантикой иронии и сарказма, в сочетании с разговорным вокабуляром обесценивающие «героя» и предлагающие определенное отношение к

происходящему, типа *charade* (chiefly an absurd act; travesty [9]) в сочетании с атрибутивным усилителем *total*, *laughing stock* (an object of humiliating ridicule [9]), *glorified escort* (*glorified* – transformed into something glorious (often used sarcastically) [12] + *escort* – a man or boy accompanying a woman or girl, as to a party [14]);

4) эмфатические единицы в составе сочетаний типа *wholesale changes* ([emphasis] You use *wholesale* to describe the destruction, removal, or changing of something when it affects a very large number of things or people [9]);

5) архаичная идиома возвышенного тона *pour smb. or smth. to scorn* (*archaic*, an act or expression signifying contempt [9]), усиливающая на общем фоне задействованной разговорной лексики ироничный эффект публикации.

Набор лингвостилистических средств, свойственных текстовым конкретизациям исследуемого жанра, несмотря на информационную оболочку, включает различные выразительные приемы и экспрессивные элементы. Помимо эпитетов частотно эксплуатируются и другие тропы, среди которых заметное место принадлежит метафорам и аллюзиям. Необходимо отметить, что доминантным текстуальным свойством данного жанра выступает интертекстуальность, задающая идею текстовой игры, проявляемой прежде всего через аллюзию, создающую пародию. Ярким воплощением данной характеристики исследуемого текстотипа предстаёт публикация под заголовком *Sean Penn feels the 'Heat' with a young blonde* (приведен начальный отрывок).

Sean Penn is feeling the heat on and off screen.

On Wednesday, Penn was spotted at a sold-out screening of a new remaster of Michael Mann's 1995 action flick, "Heat," at Beverly Hills' Samuel Goldwyn Theater.

The 56-year-old was joined by a "hot blonde" who looked like "she was probably not alive when 'Heat' came out 21 years ago," a spy told Page Six [10].

Образность текста-слуха, семантическим субъектом которого является американский актер Шон Пенн, достигается посредством содержащейся в его заголовке и лиде метафоры *feel the heat*, в которой заключена аллюзия на фильм-эксн *Heat* американского кинорежиссёра Майкла Манна, просмотр которого посещает «герой» в сопровождении молодой спутницы. Эмоциональный эффект, полученный в результате игры слов, позволяющей обратиться читателя в нужную для автора сторону пародии на стареющего героя-любownika, усиливается посредством употребления деривата ключевой леммы *heat* – *hot (blonde)* в последующем разворачивании информации при закручивании интриги. Таким образом, можно утверждать, что в текстах медийных слухов о селебрити, «замаскированных» под информационной оболочкой, рекреативная и гедонистическая функции сопровождаются функциями воздействия и оценки.

Авторская позиция, лежащая в основе создания того или иного жанра и выражаемая в типом авторском замысле, формируется посредством совокупности жанрово-коммуникативных элементов, среди которых языковые стилистические средства играют одну из важнейших ролей. Ориентация адресанта СМИ на групповой адресат детерминирует персонализацию происходящего для привлечения внимания обширной, диффузной аудитории и отражается на всех текстовых уровнях: вербальном, когнитивном и прагматическом. Одновременная направленность исследуемых текстовых репрезентантов на рекреативную, гедонистическую, персуазивную и аксиологическую функции реализуется на основе ярко выраженного признака диалогичности, выделенного еще М.М. Бахтиным. В его концепции он проявляется как своеобразный настрой на потенциального реципиента, как заложенный в тексте импульс, изначально определяющий принципы текстопостроения [1]. По Л.Р. Дускаевой, свойство диалогичности особенно релевантно для современных текстов газетно-публицистического стиля (см. подробно в [4]). Причем, по данным новейших исследований, диалогическим характером с наибольшей степенью личностного начала обладают тексты, принадлежащие колумнистике. В частности, С.С. Ярцева замечает: «Как особая текстовая структура колонка построена на максимальной персонализации повествования и вбирает в себя признаки различных жанров, сохраняя при этом свою жанровую неповторимость, прежде всего на морфологическом и онтологическом уровнях (создание фрагмента картины мира и его оценки публицистом с помощью специфических средств)» [8, с. 5]. Данное наблюдение является справедливым и в отношении исследуемого нами текстотипа.

«Присутствие» автора в тексте-слухе как единице общения проявляется посредством особой организации его лексического основания, прежде всего через обильно используемые стилистически окрашенные средства диалогизации и интимизации, обладающие серьезным персуазивным эффектом. Среди них разнообразны эмоционально заряженные лексико-семантические средства, тропы и риторические фигуры экспрессивного синтаксиса, известные как эффективные инструменты психологического воздействия, поскольку выступают не только как контактоустанавливающие речевые инструменты, но и как семантические путеводители, однозначно указывающие реципиенту, в какую сторону аксиологической шкалы ему двигаться при интерпретации представленной автором информации. К первой группе можно отнести наиболее эксплуатируемые в рамках исследуемого текстотипа следующие языковые ресурсы:

- многочисленные коллоквиальные единицы различной частеречной принадлежности и сочетания: *have nothing on (informal, to compare unfavourably with [9]; ср.; кто-то проигрывает, «от-*

дыхает» по сравнению с кем-то), *to be in item* (informal, two people having a romantic or sexual relationship [9]), *duo* (informal, a pair of closely connected individuals [9]), *boy toy* (US, informal, a young woman regarded as purposefully seeking to be sexually provocative to men; an attractive young man chosen as a partner, often, specif., by an older woman, in what is regarded as a superficial sexual or romantic relationship [14]), *angsty* (informal, displaying or feeling angst, esp in a self-conscious manner [9]), *fizzle out* (informal, to fail or die out, esp after a promising start [9]), *from the get-go* (British, informal, from the beginning [9]), *snitch* (slang, an informer; telltale [9]), *unflappable* (British, informal, hard to upset; imperturbable; calm; composed [9]); *tie the knot* (British, informal, to get married [9], etc;

- оценочные ЛЕ, коллокации с очевидной ингерентной коннотацией, часто сопровождаемые словами-интенсификаторами: *notorious/awkward feud, rival, misdeed, shock break-up, trash-talk, smell stale, (totally) go/be bonkers* (British, informal, disapproval, If you say that someone is *bonkers*, you mean that they are silly or act in a crazy way [9]), *cheat brazenly, report breathlessly, be publicly busted, brand the behaviour despicable, beat infamously*;

- разговорно-усилительные частицы: *also, well, though, even, yet, still, so, again*;

- междометия: *Yes, Hmm; Oh; Um, yeah; Um, hello; Hey; Whoaa; Wow*;

- сокращения и контаминанты имен селебрити в виде псевдонимов: *J Lo – Jennifer Lopez, Queen Bey – Beyoncé Giselle Knowles-Carter, Jay Z – Shawn Corey Carter, Jen – Jennifer Aniston, Brangelina – Brad (Pitt) + Angelina Jolie, etc*;

- аббревиатуры разговорных штампов, характерных для виртуального общения, используемых в том числе и в печатных изданиях: *LOL* (laughing out loud), *OMG* ('Oh my God!'), etc;

- аббревиатуры сериалов, различных организаций, компаний, должностных лиц и других культуроспецифичных явлений: *RHOA* (Real Housewives of Atlanta), *LAPD* (Los Angeles Police Department), *NYPD* (New York Police Department), etc.

Лексические образные средства, тропы также являются стилевой доминантой медийных текстов-слухов о селебрити. Построенные преимущественно по принципу гиперболизации они становятся мощным инструментом манипулирования сознанием адресата. Это главным образом аллюзии, используемые как в виде прямой ссылки, так и в виде перифраза (см. пример выше), классический перифраз (*a bundle of joy, a true Renaissance man*), эпитеты (*a life of epic proportions, rocky marriage, affectionate displays, a friendly/shocking/ugly/bitter divorce, in a bizarre and muddled accent, a dishonest Hollywood celebrity, an array of weird and wonderful public declarations of passion, long and painful years*), метафоры. Для иллюстрации последних приведем лишь несколько примеров показатель-

ных идиом, получивших вторичную номинацию на основе метафорического переноса: *on the chopping block, bury hatchets, twist the knife, scratch the head, spill the beans, put (the rumours) to bed, sate hunger, play second fiddle, mend a broken heart*.

Среди стилистических фигур аффективного синтаксиса широкая палитра средств актуализации речи повышенной эмоциональной тональности, используемых для установления прочного контакта с адресатом, выражения авторского отношения и эмоциональной оценки передаваемого сообщения: вводные слова/конструкции, специализированные модальные единицы (*to remind you, hopefully, luckily, unsurprisingly, honestly, etc*), парцелированные конструкции, риторические вопросы, риторические восклицания, структурный параллелизм в сочетании с лексическим повтором, создающие эффект смысловой динамики (*They want more! They always want more!*), прием синтаксической антитезы (*Although Donald Trump has made quite a show for himself, his current wife, Melania, has mostly kept to the background*).

Кроме того, подчеркнуто неофициальная стилистика изложения имитирует доверительную, разговорную тональность. Приглашают к разговору синтаксические конструкции со значением адресованности, выступающие в качестве контакто-устанавливающих средств, типичных для устной сферы разговорной речи:

- разговорные штампы, усиленные различными пунктуационными знаками, часто с коннотациями сарказма: *That's right! Just saying! Yes. Well, that was awkward. Who knew... Serves him right!*;

- вопросно-ответные комплексы, типичные прежде всего для лидов статей: *Who Bit Beyoncé? Here's a List of Suspects*;

- использование местоимений 1-го лица «мы», «наш» и местоимения 2-го лица, имитирующих диалогический характер общения и подчеркивающих нотки доверительной интонации при обращении адресанта к адресату: *We don't need to tell you which is cooler; But you never know; As you probably already know*;

- императивы (*Celebrity romance fans, rejoice!*);

- вставные авторские конструкции, самоперебивы в скобках: *Taking it so far as to show pictures of her during the Australian tour claiming that she already has a baby bump (um, hello. We know everyone saw how tiny her waist was during that entire trip)*.

Пунктуационные средства в виде многоточий, двоеточий, восклицательных, вопросительных знаков, двойных знаков, математическая символика дополняют аффективный синтаксис: *Well ... welcome to the club, Tiff; The reason: she wanted to see what kind of digits he'd give her and would determine what to do from there. (Hint: personal numbers = good; business = bad)*. Усиливают эмфазу и графические средства в виде выделения отдельных лексем заглавными буквами или курсивным

шрифтом, что можно наблюдать в лиде вышеприведенного текста о Т. Хиддлстоне с сохраненной оригинальной графикой.

Проведённый анализ подтверждает текстообразующий характер стилистического компонента в архитектонике жанра. В рамках текстового пространства светских слухов стремление авторов преследовать целый спектр коммуникативных установок, ключевой из которых выступает интенция развлечения, приводит к гибридизации дискурсивных практик, что обуславливает выбор широкого лингвистического репертуара средств. И это проявляется посредством внедрения стилевых доминант фатического речевого поведения в дискурсивные практики медийных светских слухов в виде интеграции различных элементов разговорно-бытового стиля, характеризующихся высокой степенью экспрессивности. По сути, в пространство публичной коммуникации переносятся свойства устного личностно-ориентированного общения, имитирующие жанр неформальной беседы, разговорные интонации речи. Журналисты, ведущие колонку слухов, используют разнообразные лингвистические сигналы адресованности для установления эмоционального контакта с многочисленной диффузной аудиторией. Репертуар используемых маркеров диалогичности весьма многообразен и включает аффективные стилистические средства всех уровней языковой системы.

Таким образом, необходимость реализации совокупности интенций (информирующей, воздействующей, оценочной, рекреативной, гедонистической) в рамках одного медиасообщения приводит к типичной практике соединения разноплановых персуазивных элементов, выражающейся в том, что на речевые средства рационального воздействия, связанные с верификативным планом сообщения, наслаиваются стилистические инструменты эмоционального плана, поддерживающие эмотивно-экспрессивный накал текста. Полученный синергетический эффект, безусловно, обеспечивает множественный интенциональный эффект и мощный суггестивно-манипулятивный потенциал «слуховой» природы подобного типа текстов.

Литература

1. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Собр. соч.: в 7 т. – М.: Русские словари, 1996. – Т. 5. – С. 159–207.

2. Бережная, Т.М. Современная американская риторика как теория и практика манипулирования общественным сознанием: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Т.М. Бережная. – М., 1986. – 211 с.

3. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. – 4-е изд. – М.: Красанд, 2013. – 244 с.

4. Дускаева, Л.Р. Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров / Л.Р. Дускаева. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2004. – 112 с.

5. Иванова, С.В. Жанр светских слухов в дискурсе англоязычных массмедиа / С.В. Иванова, Г.Ш. Хакимова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Лингвистика. – 2020. – Т. 24. – № 2. – С. 386–418. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-2-386-418.

6. Клушина, Н.И. Медиастилистика / Н.И. Клушина // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 69–77.

7. Понтон, Д. Дискурс-анализ в 21 веке: теория и практика (II) / Д. Понтон, Т.В. Ларина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2017. – Т. 21. – № 1. – С. 7–21.

8. Ярцева, С.С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / С.С. Ярцева. – Воронеж, 2011. – 22 с.

9. Collins English Dictionary (En-En). – <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english> (дата обращения: 06.01.2020).

10. Coughlan, M. Sean Penn is feeling the heat on and off screen / M. Coughlan. – <https://www.pagesix.com/> (дата обращения: 08.09.2016).

11. English Wiktionary (En-En). – <https://www.yourdictionary.com/> (дата обращения: 10.03.2020).

12. Hines, D. Tom Hiddleston is sick of feeling like Taylor Swift's 'glorified escort' / D. Hines. – URL: <http://www.express.co.uk> (дата обращения: 06.09.2016).

13. Taylor, D.B. Azealia Banks says she was raped and raped / D.B. Taylor. – <https://www.pagesix.com/> (дата обращения: 15.04.2018).

14. Webster's New World College Dictionary (En-En). – <http://www.websters.yourdictionary.com/> (дата обращения: 10.03.2020).

Хакимова Гульнара Шарифулловна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Социально-правовые и гуманитарные науки», Южно-Уральский государственный университет, филиал в г. Златоусте (Златоуст), gkhakimova@yandex.ru

Поступила в редакцию 27 марта 2021 г.

**CELEBRITY GOSSIP IN ENGLISH-LANGUAGE MASS MEDIA:
A STYLISTIC COMPONENT OF THE GENRE-DISCURSIVE "PORTRAIT"**

G. Khakimova, gkhakimova@yandex.ru
South Ural State University, Zlatoust, Russian Federation

The article is devoted to the stylistic aspect of the English-language mass media genre of celebrity gossip. The investigation of the textotype is carried out in terms of the intentional approach in the framework of the discursive paradigm. Its specific character is determined by the polyintentionality expressed by a set of intentions (informative, recreational, hedonistic, manipulative, axiological ones) supported by various linguostylistic means. The intention of informing stipulates the genre hybridization by combining deictics of evidentiality and epistemic modality characteristic of informative media genres with the evidential markers of rumors being the conductors of the modality of uncertainty. When implementing the recreational and hedonistic functions noted as leading ones, there is a convergence of styles expressed in the stylistic heterogeneity of linguistic resources, ranging from written speech elements to colloquial units including taboo vocabulary belonging to everyday discourse. The main communicative feature of the text representants studied is dialogueness determined by the mentioned textual functions alongside with the manipulative and axiological ones, and it is reflected in the active introduction of the personalized author's principle. Oral person-centred communication features often marked by hypertrophic emotivity are integrated into the journalistic discursive practices under study. This effect is achieved by the abundant use of a wide range of persuasive stylistic resources at all levels of the language system. Among the stylistic devices and expressive means of language involved, the most frequent ones are tropes, emotional-expressive-evaluative lexis, and numerous elements of affective syntax having huge suggestive-manipulative potential. The features observed indicate the important type-forming role of the functional-stylistic aspect in a discursive «portrait» of the celebrity gossip genre existing within the English-language mass media discourse continuum.

Keywords: celebrity gossip, genre, stylistic component, linguostylistic means, intention, dialogueness.

References

1. Bakhtin M.M. *Problema rechevykh zhanrov* [The Problem of Speech Genres]. *Sobr. soch.:* v 7 t. Moscow, Russkie slovari, 1996. Vol. 5. pp. 159–207. (in Russ.)
2. Berezhnaya T.M. *Sovremennaya amerikanskaya ritorika kak teoriya i praktika manipulirovaniya obshchestvennym soznaniem* [Modern American Rhetoric as Theory and Practice of Manipulation by the Social Conscience]: dis....of PhD in Philology. Moscow, 1986. 211 p. (in Russ.)
3. Dobrosklonskaya T.G. *Voprosy izucheniya mediatekstov: Opyt issledovaniya sovremennoi angliiskoi mediarechi* [Studying media texts]. Moscow, Krasand, 2013. 244 p. (in Russ.)
4. Duskaeva L.R. *Dialogichnost' sovremennykh gazetnykh tekstov v aspekte rechevykh zhanrov* [Dialogueness of Contemporary Mass Media Texts in Terms of Speech Genres]. Perm, Publishing of the Perm University, 2004. 112 p. (in Russ.)
5. Ivanova S., Khakimova G. Zhanr svetskikh slukhov v diskurse angloyazychnykh massmedia [Celebrity gossip as a genre in English-language mass media discourse]. *Vestnik Rossiiskogo Universiteta Druzhy Narodov. Seriya Lingvistika* [Russian Journal of Linguistics]. 2020. No. 24 (2). P. 386–418. DOI:10.22363/2687-0088-2020-24-2-386-418 (in Russ.)
6. Klushina N.I. Mediastilistika [Mediastylistics]. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 2014. № 2. pp. 69–77. (in Russ.)
7. Ponton D., Larina T. Diskurs-analiz v 21 veke: teoriya i praktika (II) [Discourse Analysis in the 21st Century: Theory and Practice (II)]. *Russian Journal of Linguistics*. 2017, 21 (1), pp. 7–21. DOI: 10.22363/2312_9182_2017_21_1_7_21
8. Yartseva S.S. *Kolumnistika: istoriya voznikoveniya i perspektivy razvitiya* [Columns: Genesis and Future Development]: Extended Abstract of Thesis in Philology. Voronezh, 2011. 22 p. (in Russ.)
9. Collins English Dictionary (En-En). Retrieved from <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english> (accessed: 06.01.2020).
10. Coughlan, M. Sean Penn is Feeling the Heat on and off Screen. Retrieved from <https://www.pagesix.com/> (accessed: 08.09.2016).
11. Hines, D. Tom Hiddleston is Sick of Feeling Like Taylor Swift's 'Glorified Escort'. Retrieved from <http://www.express.co.uk> (accessed: 06.09.2016).
12. English Wiktionary (En-En). Retrieved from <https://www.yourdictionary.com/> (accessed: 10.03.2020).

13. Taylor D.B. Azealia Banks Says She was Roofied and Raped). Retrieved from <https://www.pagesix.com/> (accessed: 15.04.2018).

14. Webster's New World College Dictionary (En-En). Retrieved from <http://www.websters.yourdictionary.com/> (accessed: 10.03.2020).

Gulnara Khakimova, Candidate of Philology, Assistant Professor, Socio-Law and Humanity Sciences Department, South Ural State University (Zlatoust), gkhakimova@yandex.ru

Received 27 March 2021

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Хакимова, Г.Ш. Светские слухи в англоязычных СМИ: стилистический компонент жанрово-дискурсивного «портрета» / Г.Ш. Хакимова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2021. – Т. 18, № 3. – С. 39–47. DOI: 10.14529/ling210307

FOR CITATION

Khakimova G. Celebrity Gossip in English-Language Mass Media: a Stylistic Component of the Genre-Discursive "Portrait". *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2021, vol. 18, no. 3, pp. 39–47. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling210307
